

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Д.А. Горовий, д-р екон. наук, професор

К.О. Горова, канд. екон. наук, доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

З приєднанням України до Світової організації торгівлі (СОТ) та враховуючи її прагнення до інтеграції в Європейський Союз, внутрішній ринок України вже не є тією захищеною територією, на якій українські підприємства можуть отримувати прибуток за умов неможливості експорту власної продукції і загальносвітових тенденцій до занепаду промислових підприємств.

Цей факт обумовлений такими причинами, які за джерелом їх появи та ступенем вирішення можна згрупувати за двома напрямками:

1) зовнішньоекономічні (загальносвітові), які не можуть бути вирішені підприємством самостійно:

– вільний доступ іноземних виробників на український ринок за умов СОТ (та в майбутньому за умов членства у ЄС);

– прихід на український ринок багатoproфільних іноземних холдингів, яким легше перенести кризові умови за рахунок переведення коштів із прогресивних галузей у регресивні;

2) проблеми, що мають бути вирішені підприємством невідкладно:

– низька якість продукції більшості українських виробників;

– мала популярність українських торговельних марок у споживачів;

– значна собівартість виробництва (першою чергою, за рахунок істотної енергомісткості виробництва);

– значна інформаційна відсталість українських виробників, використання на виробництві, переважно, технологій (а іноді й засобів) початку ХХ століття.

Підсумовуючі вищевказані проблеми, можна зауважити, що підприємства України потребують саме розробки стратегічних напрямків їх розвитку.

Тому підприємства України потребують саме розробки стратегічних напрямків їх розвитку. Такий розвиток має відбуватися одночасно за декількома стратегічними напрямками, кожен з яких розподіляється на окремі підгрупи, які тісно пов'язані між собою. Ці напрями можна представити у вигляді схеми (рис. 1).

Для підприємств нагальним питанням є необхідність підвищувати власну конкурентоспроможність шляхом покращення продукції, що виготовляється, зниженням її собівартості, запровадженням у виробництво новітніх розробок, популяризації товарів, що виробляються, шляхом створення програм лояльності, PR-заходів, промо-акцій, спонсорських та меценатських заходів, спрямованих на розвиток власного бренду. стратегічний розвиток на промислових підприємствах в Україні має бути зосереджений на трьох головних компонентах. розвиток бренду підприємства, створення нових, так званих віртуальних підприємств, як унікальних суб'єктів підприємницької діяльності, що отримують головний зиск від своєї діяльності, володіючи переважно майновими правами або певним активом, пошук необхідних інвестицій в науку і нові технології.

Найчастіше джерелом фінансування нових технологій постають власні кошти, оскільки більш дорогі позикові кошти використовуються для фінансування здобутків, що здатні надавати більш швидкий результат, тобто в оборотні активи. Проте проблема прискорення обігу коштів пов'язана з їх відтворенням.

Адже сучасний етап розвитку економіки України характеризується нестабільним розвитком окремих галузей. Наявний дисбаланс, при якому темпи розвитку одних галузей (банківська система, обробляюча промисловість, металургія) набагато випереджають інші галузі (легка промисловість, будівництво, машинобудування). Причиною цього найчастіше є надлишок капіталу в підприємств першої групи й, навпаки, його недолік у підприємств другої групи. Позначається відсутність регулювання руху капіталу в країні: банківські установи не хочуть вкладати кошти в ризикові промислові проекти, інвестування непрофільного бізнесу заборонене законодавчо тощо.

Неврахування або відсутність інвестицій в науку і нові технології найбільш гостро позначається на конкурентоспроможності продукції промислових підприємств України. Наприклад, продукція українських автовиробників характеризується майже повною відсутністю використання власних наукових розробок у масовому виробництві, торгові марки цих підприємств є відомими лише на вітчизняному ринку.

Внаслідок цього українські виробники випускають морально застарілі моделі власної розробки або іноземної за ліцензією. Одним із шляхів виходу з цієї ситуації є забезпечення швидкого повернення грошових коштів для потенційних інвесторів. Такі механізми можуть бути основані на створенні проміжних віртуальних підприємств або за допомогою технологій капіталізації інвестицій в науку і нові технології.

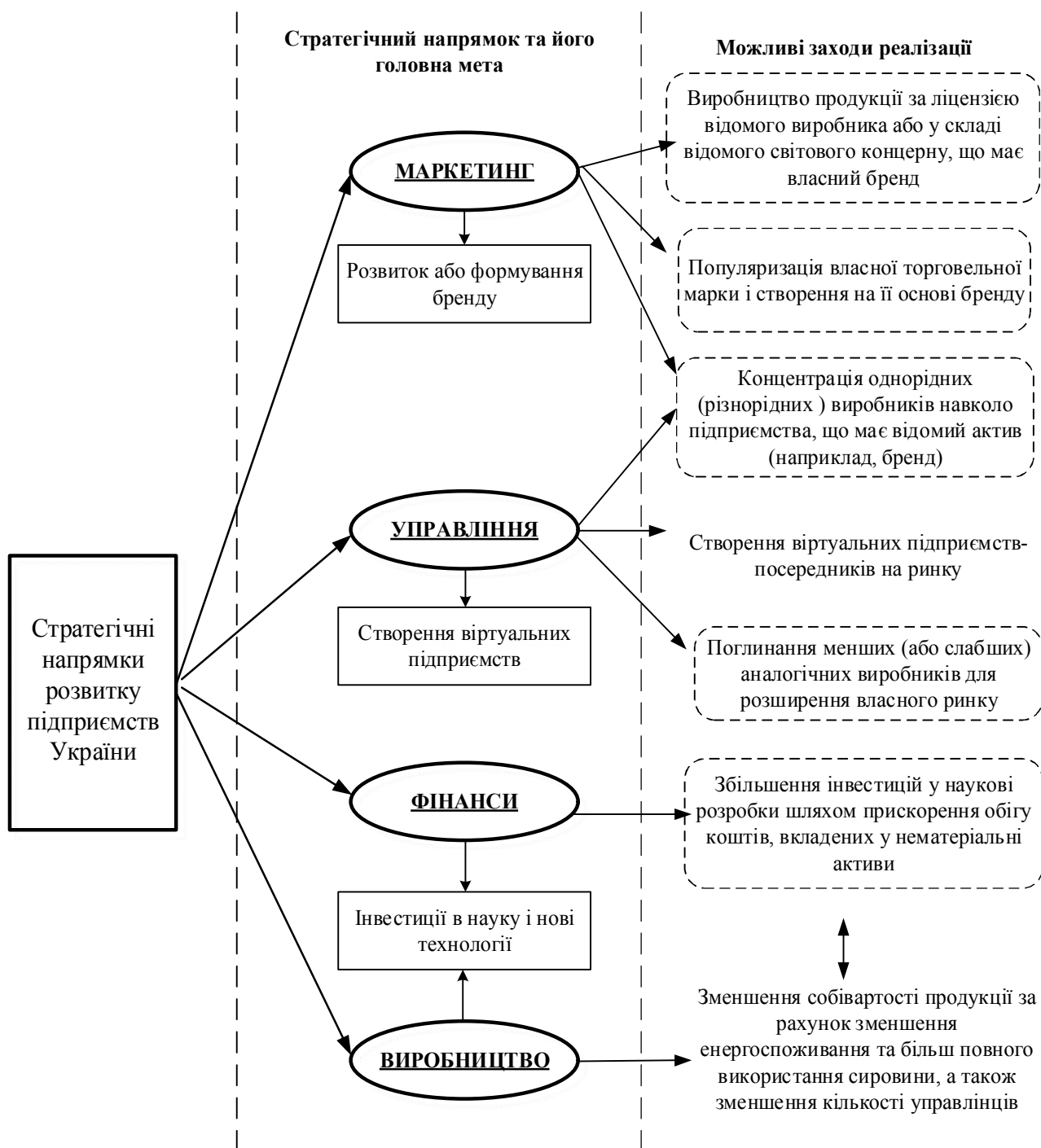


Рисунок 1. Стратегічні напрями розвитку підприємств України